

Class

Il magazine per usare il futuro che esiste

N. 398

Novembre 2019

www.class.it

Class ditori



IDENTIFICAZIONE FACCIALE

RICONOSCIUTO!

Corrado Passera,
fondatore e
Ceo di illimity.

VIA PASSWORD, CODICI, PIN.
PER ENTRARE IN BANCA, MA ANCHE PER PRENDERE
UN VOLO O FARE UN COLLOQUIO
DI LAVORO ORA BASTA UNO SGUARDO

**SCHERMI PICCOLI
E GRANDI**

Viaggio nelle piattaforme

MILANO LAB

La città
che corre

FIGLI

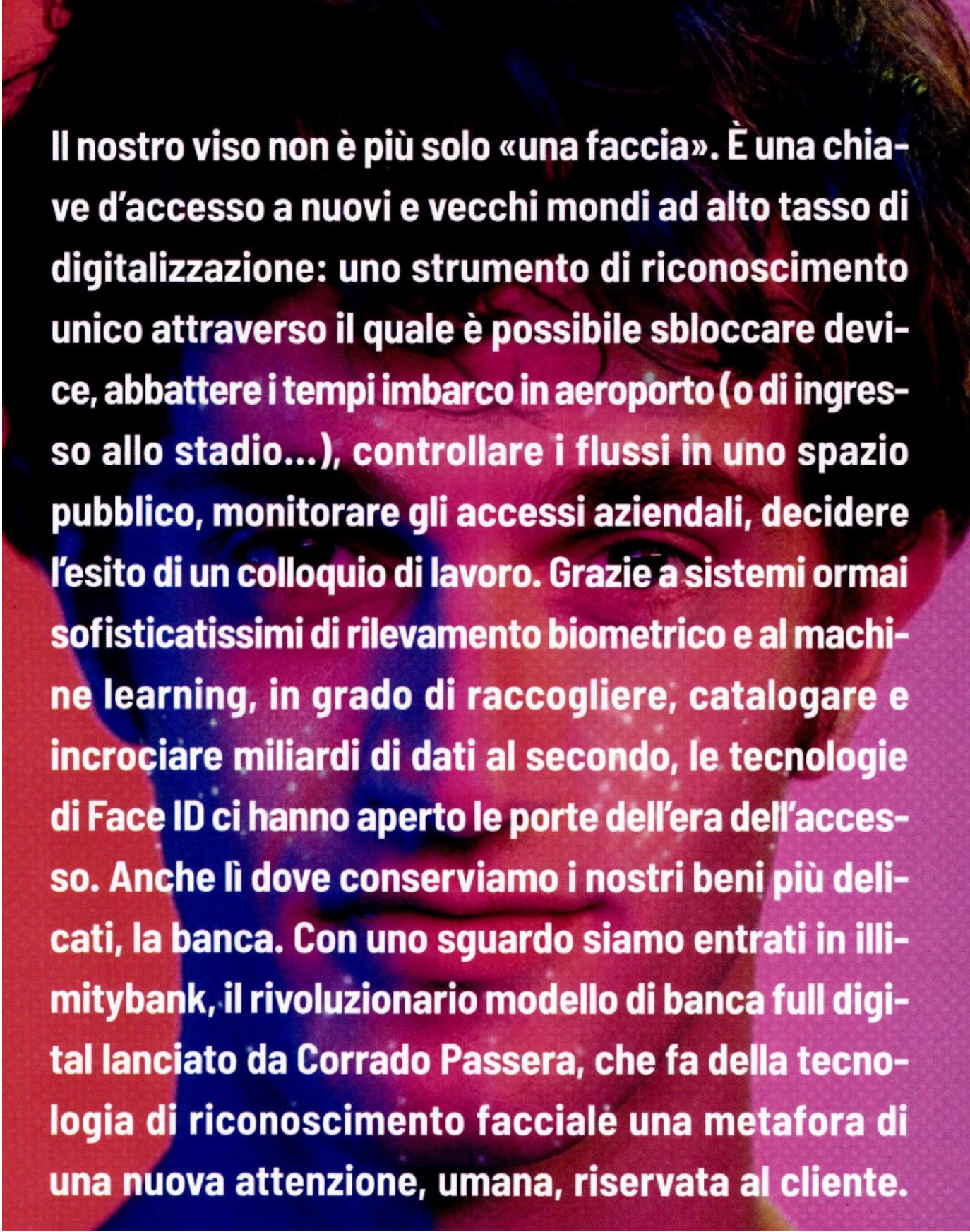
I migliori master
per lavorare con l'AI

FASHION

Il filo di nylon
di Prada

DA ABBINARE OBBLIGATORIAMENTE ED ESCLUSIVAMENTE SABATO 26 OTTOBRE CON MILANO FINANZA A EURO 5,50 (MFI 4,20 + CLASS 1,30): IN TUTTI GLI ALTRI GIORNI CLASS DA SOLO A EURO 5,50.

**CHE
COSA FAI
CON** *di MATTIA SCHIEPPATI*
**LA TUA
FACCIA**



Il nostro viso non è più solo «una faccia». È una chiave d'accesso a nuovi e vecchi mondi ad alto tasso di digitalizzazione: uno strumento di riconoscimento unico attraverso il quale è possibile sbloccare device, abbattere i tempi imbarco in aeroporto (o di ingresso allo stadio...), controllare i flussi in uno spazio pubblico, monitorare gli accessi aziendali, decidere l'esito di un colloquio di lavoro. Grazie a sistemi ormai sofisticatissimi di rilevamento biometrico e al machine learning, in grado di raccogliere, catalogare e incrociare miliardi di dati al secondo, le tecnologie di Face ID ci hanno aperto le porte dell'era dell'accesso. Anche lì dove conserviamo i nostri beni più delicati, la banca. Con uno sguardo siamo entrati in illimitybank, il rivoluzionario modello di banca full digital lanciato da Corrado Passera, che fa della tecnologia di riconoscimento facciale una metafora di una nuova attenzione, umana, riservata al cliente.

Copertina

CORRADO PASSERA

Fondatore e
Ceo Gruppo illimity

NICOLA MARFISI

IMPEGNI

È stato ministro dello
Sviluppo Economico

Non si perde in una didascalica descrizione zeppa di tecnicismi. Semplicemente, estrae lo smartphone dalla tasca della giacca, seleziona la app illimitybank e porta lo schermo del telefono ad altezza volto. Due secondi, forse tre. Nessun post-it attaccato al portafoglio con scarabocchiate pin e password, niente dita sullo schermo. «Ecco, siamo nel mio conto», dice con evidente soddisfazione, mentre sul telefono compaiono le cifre del saldo e una serie di statistiche sulle ultime operazioni svolte. Sembra quasi essere per l'ennesima volta stupito, il correntista signor Corrado Passera, da quanto sia facile entrare nel proprio conto e dialogare con la propria banca. Oltre che soddisfatto correntista, di illimity Passera è fondatore e Ceo, e anche quando indossa la casacca da imprenditore-manager la dose di entusiasmo e soddisfazione non sembra calare: «Vede, questa non è semplicemente una nuova banca, ma è qualcosa di più: è un nuovo paradigma di banca». Pausa di silenzio, mentre lascia depositare le parole e scorre con evidente compiacimento in su e in giù le schermate del suo conto. «È sempre accaduto nella storia dell'evoluzione umana: a un certo punto avviene una rottura, compare sulla scena qualcuno che combina le innovazioni che già magari ci sono, mettendoci dentro un'idea nuova. Nasce così qualcosa di diverso, qualcosa che fino al giorno prima non c'era. E di colpo cambia lo scenario. Senza falsa modestia, posso dire che illimity, nel mondo e nel modo di fare banca, è quella cosa nuova che cambia lo scenario».

Incontrando una persona che a poco più di trent'anni era al timone del Gruppo Olivetti (quando è stata inventata Omnitel, oggi Vodafone), poi del Banco Ambroveneto (ponendo le basi per il colosso Intesa), quindi ha guidato Poste Italiane e il Gruppo Intesa Sanpaolo prima di diventare ministro per lo Sviluppo Economico, per i Trasporti e le Infrastrutture (nel governo Monti), tutto ti aspetteresti tranne l'entusiasmo e la grinta visionaria che si è abituati a registrare di fronte a uno startupper del mondo digitale.

La startup in oggetto, nata da meno di un anno, si chiama appunto illimity, ed è un gruppo bancario attivo sul fronte del credito alle Pmi ad alto potenziale, su quello dell'acquisto e gestione di crediti distressed corporate e che, dal 14 settembre, ha avviato l'attività rivolta alla clientela retail con illimitybank.com, 100% digitale basata interamente su tecnologia cloud: per dimensione, strutturazione della proposta e dotazione tecnologica, un unicum nel panorama italiano e non solo.

«È una sfida che un anno fa era soltanto un power point», osserva Passera, e che oggi è un'impresa con oltre 350 dipendenti provenienti da più di 100 aziende, da 10 settori imprenditoriali e da 10 Paesi diversi, che al 31 luglio aveva già generato un volume di business da 1,2 miliardi di euro nell'ambito del credito alle imprese e dei crediti distressed e che, con la banca diretta, punta a raggiungere entro il 2023 una raccolta di 2 miliardi di euro in Italia e di 1,2 miliardi oltreconfine.

Il riconoscimento facciale, punto di accesso semplice e immediato per la clientela all'universo illimity, oltre a essere una delle tecnologie implementate è anche un'efficace metafora del primo servizio che una banca oggi dovrebbe offrire: essere in grado di guardare in faccia il proprio cliente e riconoscerlo. Il massimale della tecnologia digitale al servizio di una consuetudine assolutamente umana: impegnarsi a stringere un rapporto di fiducia

« **NON È SOLO UNA NUOVA BANCA, MA UN NUOVO PARADIGMA DI BANCA, CHE METTE A SISTEMA LE INNOVAZIONI ESISTENTI. NON SONO GLI INGREDIENTI A FARE LA DIFFERENZA, MA LA RICETTA CON CUI LI SI CUCINA**

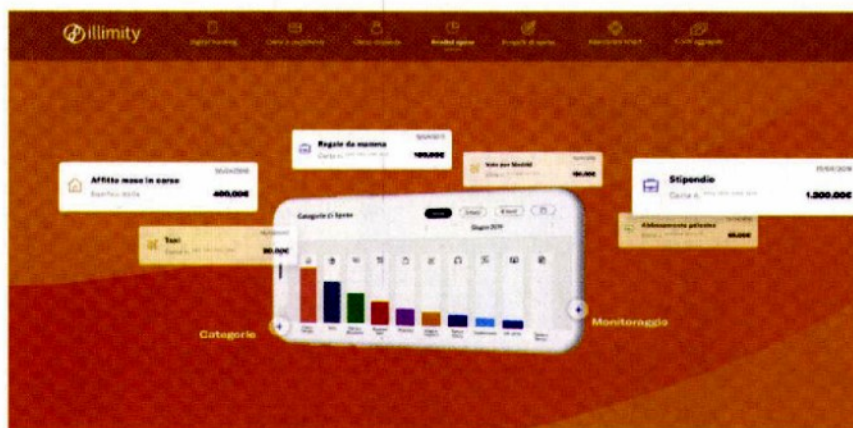


mettendoci la faccia. «Illimity nasce per essere una banca “fully digital with human touch”, slogan che in realtà è la spina dorsale dell’impegno di tutti coloro che lavorano qui», spiega Passera. «Vogliamo essere la banca per le imprese, per le persone e per le famiglie, non un semplice fornitore di pagamenti o di servizi. Vogliamo farci riconoscere, mettendo a disposizione di chi ci sceglie il massimo e il meglio della tecnologia, ma senza mai diventare delle macchine. Se la ricerca dell’efficienza telematica porta a una perdita del rapporto umano, viene meno quel trust, quel legame di fiducia che è il primo valore che una banca deve saper trasmettere ai suoi clienti. Oggi ci sono una marea di fintech e diverse challenger bank che offrono uno, due, tre servizi. Oppure ci sono banche cosiddette tradizionali che, per cavalcare l’onda dell’innovazione digitale, sono intervenute per migliorare il proprio sistema di home banking, la propria app, e cercare così di salire sul treno dell’innovazione

tecnologica. Noi ci siamo mossi su una terza via: partire da zero, mettere da parte il retaggio dell’essere banca, e ideare una realtà in grado di dare alle persone e alle famiglie tutto quello che serve, dal punto di vista delle professionalità, delle tecnologie e delle funzionalità, per vivere con semplicità i bisogni finanziari. E lo facciamo secondo una nuova filosofia, quella dell’apertura, dell’essere banca-piattaforma: è finito a nostro parere il tempo della banca universale, che fa tutto per tutti. Il sistema tecnologico su cui illimity è stata pensata e costruita ci consente di dare il meglio di quel che sappiamo fare, e contemporaneamente di aggregare sulla nostra piattaforma, e quindi di offrire ai nostri clienti, le proposte migliori dei migliori player di ogni singolo settore: nell’assicurazione, nel credito al consumo, nei mutui... Siamo un integratore di soggetti, fintech e non fintech, e quindi siamo in grado di dare un’offerta completa di servizi sempre competitivi». Al di là delle



illimitybank.com è la banca diretta del Gruppo illimity. È stata lanciata lo scorso 14 settembre: un’esperienza completamente digitale (non ha sedi fisiche) ma con un contact center ad alto contenuto umano, raggiungibile anche attraverso una videochiamata.



« L'UTILIZZO DI UNA PIATTAFORMA TECNOLOGICA APERTA CONSENTE DI TENERE BASSI I COSTI OPERATIVI E DI SVILUPPO DI NUOVE APPLICAZIONI: QUINDI POSSIAMO TRASFERIRE PIÙ VALORE AI NOSTRI CLIENTI

singole tecnologie, la vera forza disruptive dell'idea-illimity sta proprio in questo concepirsi come realtà aperta, un aggregatore di eccellenze: la leggerezza e l'agilità dell'infrastruttura tecnologica sono driver di innovazione continua. «La tecnologia abbassa le barriere all'entrata. Illimity è l'esempio di come oggi si possa fare una banca completa con una quantità di investimento incomparabilmente più bassa rispetto a prima. Se per sviluppare un'applicazione all'interno del proprio sistema una banca tradizionale deve spendere 10 milioni, in taluni casi riusciamo a

ridurre l'investimento a 50mila euro. E non perché la nostra applicazione valga meno, ma perché possiamo aggregare alla nostra piattaforma una soluzione che già esiste, e che magari fa benissimo quella specifica cosa». Una modularità abilitata dal digitale che ha evidenti ricadute pratiche: i costi operativi sono decisamente più bassi, «e quindi hai la possibilità di trasferire più valore ai tuoi clienti, proponendo per esempio, come facciamo, un tasso del 3,25% sui depositi a 5 anni».

Sul fronte della user experience, l'accesso con l'identificazione facciale è solo l'antipasto di un menù di tool efficaci per la gestione delle finanze personali, che se ben usati fanno crescere, senza essere invasivi, la cultura finanziaria dei clienti. «I sistemi di intelligenza artificiale, di data analytics e machine learning che abbiamo sviluppato, la nostra "illimity AI", consentono di accompagnare il cliente nella gestione quotidiana della propria situazione finanziaria: grazie all'account aggregation è possibile gestire da un'unica piattaforma tutti i diversi conti della persona o della famiglia, mentre i sistemi di analisi dei dati permettono di prevedere i comportamenti finanziari, e quindi di proporre strategie di gestione familiare o di risparmio rispetto a obiettivi e scadenze ricorrenti o imprevisti, e così via». Tecnologia al servizio della persona, appunto, e non viceversa. «Per questo investiamo in ricerca e sviluppo come se fossimo una big tech, non una banca: abbiamo messo insieme un gruppo di una quarantina di ingegneri, fisici e matematici esperti di computer science, di machine learning, ma anche di user experience digitale. Persone che spesso non vengono da altre banche, ma che si sono confrontate nei loro percorsi professionali con realtà come Netflix, Spotify, Amazon; che hanno la testa libera e che hanno l'obbligo di mantenerla tale. Solo se metti insieme questi diversi know-how, e gli dai la mission di rompere le regole e andare oltre la forma, cioè le abitudini, puoi fare davvero qualcosa di nuovo».

© Riproduzione riservata